



BLÜHENDES BAROCK  
LUDWIGSBURG

**Blühendes Barock  
Gartenschau Ludwigsburg GmbH**

**Lagebericht**

**2013**



## **Blühendes Barock Gartenschau Ludwigsburg GmbH**

### **LAGEBERICHT**

#### **Über das Geschäftsjahr (Kalenderjahr) 2013**

##### **1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft**

###### **1.1. Darstellung des Geschäftsverlaufes**

###### **a) Entwicklung von Branche und Gesamtwirtschaft**

###### **- Aspekte der Branchenstruktur**

Die Stellung des Tagestourismus innerhalb der Freizeitbranche ist nach wie vor stabil.

Der Tagestourismus ist ein Wirtschaftsfaktor, dennoch ist die Konkurrenzsituation der Tagesausflugsziele in der Region Stuttgart in den letzten Jahren immer stärker geworden.

Insbesondere Kinder im Alter von 3 – 12 Jahren sind eine ganz wichtige Zielgruppe vieler Einrichtungen, z.B. bei Ausstellungen des Württembergischen Landesmuseums in Stuttgart, von Science Centern wie der „Experimenta“ in Heilbronn, wo für 2014/2015 eine große Erweiterung geplant ist, und der Indoor-Spielwelt „Sensapolis“ in Böblingen. Eine weitere Indoor-Attraktion hat der Ravensburger-Konzern in der Nachbarstadt Kornwestheim in Betrieb genommen.

- **Aspekte der Branchenkonjunktur**

**Die Saison 2013 war für fast alle Betriebe der wetterabhängigen Freizeitbranche ein sehr schwieriges Jahr.**

**Laut Berichten der Fachpresse hatten die meisten Betriebe Besuchereinbußen von 5-10%, manche sogar ein Minus von mehr als 10 % gegenüber dem Vorjahr.**

**Die letztlich stabilen Besucherzahlen im Blühenden Barock gehen also eindeutig gegen den negativen Trend der Gesamtbranche.**

- **Position des Unternehmens innerhalb der Branche**

**Auch 2013 war die Medienpräsenz auf einem hohen Niveau. Dies gilt für Presseberichte, Radio- und Fernsehsendungen:**

- **52 Folgen „Grünzeug“ im SWR-Fernsehen wurden auch 2013 ausgestrahlt mit 280.000 bis 450.000 Zuschauern pro Erstausstrahlung der Sendungen. Nicht gerechnet sind hier Zuschauer außerhalb Baden-Württembergs (Hessen, „Eins Plus“ bundesweit, Satellitenempfang bundesweit).**
- **Eine 2-stündige Live-Sendung von der Europameisterschaft im Kürbiswiegen hatte sonntags zur besten Sendezeit 400.000 Zuschauer.**
- **Die wöchentlichen Gartentipps in SWR 4 Baden-Württemberg laufen weiterhin mit ca. 600.000 Hörern pro Ausstrahlung.**
- **Unzählige weitere Fernsehbeiträge und Radiobeiträge im SWR-Fernsehen und Regio-TV ergänzen das Medienecho.**

**Durch die hohe Präsenz in den Medien Presse, Rundfunk und Fernsehen hat sich die öffentliche Wahrnehmung und damit die Position des Unternehmens innerhalb der Branche weiter gefestigt.**

## **b) Übersicht Jahresprogramm 2013**

<b>02.03. – 21.03.2013</b>	<b>Dauerkartenvorverkauf</b>
<b>22.03.2013</b>	<b>Saisoneröffnung</b>
<b>22.03. – 14.04.2013</b>	<b>Frühlingserwachen</b>
<b>19.04. – 20.05.2013</b>	<b>Kunst – 100 Jahre VBKW</b>
<b>27.04. – 01.05.2013</b>	<b>Barocke Gartentage</b>
<b>24.05. – 16.06.2013</b>	<b>Sommer zu Hause</b>
<b>17.05. – 19.05.2013</b>	<b>Strassenmusikfestival</b>
<b>31.05. – 02.06.2013</b>	<b>Retro Classics meets Barock</b>
<b>20.06. – 21.07.2013</b>	<b>Orchideen</b>
<b>06.07.2013</b>	<b>Musikfeuerwerk</b>
<b>25.07. – 01.09.2013</b>	<b>Sterntaler</b>
<b>27.07. – 28.07.2013</b>	<b>Märchenfest</b>
<b>24.08.2013</b>	<b>Lichterzauber</b>
<b>30.08. – 03.11.2013</b>	<b>Weltgrößte Kürbisausstellung</b>
<b>06.09. – 06.10.2013</b>	<b>Deutsch-französisches Flechtfestival</b>
<b>10.10. – 03.11.2013</b>	<b>Herbstimpressionen</b>
<b>03.11.2013</b>	<b>Saisonende</b>

c) Gegenüberstellung und Entwicklung der Umsatzerlöse  
der Jahre 2010, 2011, 2012 und 2013

	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>
	in Euro	in Euro	in Euro	in Euro
Dauerkarten	850.821	906.007	925.784	946.571
Tageskarten	1.875.648	2.233.237	2.049.117	2.094.221
Feuerwerk	61.420	72.628	88.636	114.540
Lichterfest	17.373	18.448	28.125	15.112
Straßenmusikfestival	93.064	113.898	133.861	96.154
Sonstige Veranstaltungen	660	210	48.530	2.085
Hist.Spielgeräte	28.131	29.427	25.917	25.215
Goldesel u.Präge- Automat	19.116	22.580	19.505	19.243
	<u>2.946.233</u>	<u>3.396.435</u>	<u>3.319.475</u>	<u>3.313.141</u>

## d) Zusammenstellung der Besucherzahlen

	2010	2011	2012	2013
<u>1. Tageskarten</u>				
Erwachsene	147.359	198.746	184.313	187.405
Kinder	63.719	67.338	58.005	61.783
Familien <sup>3)</sup>	49.374	71.358	59.593	65.100
Gesellschaften (ab 20 Pers.)	30.505	35.297	31.083	31.901
Senioren ab 65 <sup>1)</sup>	41.009	0	0	0
Schwerbehinderte <sup>2)</sup>	4.752	10.522	9.550	10.193
Abendkarten	4.196	4.260	4.245	4.620
Landesfamilienpaß	17.540	15.084	11.943	12.123
Barocke Erlebniskarte	18.099	12.044	12.092	11.895
Pauschalen +Gutscheine	27.612	32.147	35.216	32.769
Veranstaltungen	47.519	49.503	68.800	50.316
Begleitpersonen v. Behinderten, Busfahrer, Lehrer	7.273	7.691	7.578	7.404
Kinder<4, Schulen/KiGa aus LB <sup>3)</sup>	35.184	31.675	30.474	31.445
Freikarten	1.043	1.578	2.127	1.401
<b>Tageskarten gesamt</b>	<b>495.184</b>	<b>537.243</b>	<b>515.019</b>	<b>508.355</b>
<u>2. Dauerkarten</u>				
Erwachsene	25.194	23.549	23.624	24.135
Schüler, Kinder, Studenten	2.217	2.197	2.254	2.190
Schwerbehinderte ab 50% <sup>2)</sup>	1.021	2.191	2.444	2.663
Sozialhilfeempfänger	877	874	775	754
Familien	8.070	7.748	8.171	8.440
Freikarten (3. Kind)	285	263	297	289
Personalkarten	216	202	187	196
Ehrenkarten BlüBa	91	88	82	71
Presse	66	56	59	28
Dienstkarten	247	344	325	235
<b>Dauerkarten gesamt</b>	<b>38.284</b>	<b>37.512</b>	<b>38.218</b>	<b>39.001</b>

1) Seniorenkarten gibt es gemäß AR-Beschluß zur Saison 2011 nicht mehr

2) Schwerbehindertenkarten können jetzt generell mit 50% statt bisher 80 % Grad der Behinderung erworben werden

3) Durch geänderte Familienstruktur entfällt die "Freikarte 3. Kind" und erhöht die Familieneintritte

## **e) Beurteilung des Geschäftsverlaufes**

Der Dauerkartenvorverkauf lag Stückzahlenmäßig leicht über dem Vorjahresniveau. Gegenüber dem Anschlag im Wirtschaftsplan von € 870.000 konnte ein Ergebnis von € 947.000 erreicht werden. Dieses Ergebnis spiegelt das positive Image des Blühenden Barock in Ludwigsburg und der direkten Umgebung von Ludwigsburg wieder. Das Geschäftsjahr für das Tageskartengeschäft begann mit extrem schlechtem Wetter über die Ostertage und dem ganzen April und Mai. Diese Einbußen konnten während dem weiteren Verlauf nur schleppend wieder eingeholt werden. Positiv waren die Sommerferien. Die „Weltgrößte Kürbisausstellung“ brachte mit einem erneuten Rekordergebnis die Wende, so dass das Tageskartengeschäft trotzdem am Ende ein leichtes Plus von 2,2 % gegenüber dem Vorjahr ergab. Das Ergebnis mit € 2.094.000 überstieg damit den Ansatz im Wirtschaftsplan von € 1.970.000 um € 45.100. Die wichtigsten Sonderveranstaltungen wie Barocke Gartentage, Retro Classics meets Barock, Lichterzauber und Strassenmusikfestival hatten unter schlechtem Wetter zu leiden. Nur das Musikfeuerwerk verlief optimal. Der stets vorsichtige Haushaltsansatz mit €175.000 konnte trotzdem mit € 52.000 überschritten werden.

## **1.2. Darstellung der Lage der Gesellschaft**

Die Umsatzerlöse 2013 liegen gegenüber dem Jahr 2012 um 0,2 % niedriger. Dem Jahresverlust im Jahr 2012 in Höhe von € 74.022,23 steht im Berichtsjahr 2013 ein Jahresüberschuss von € 42.963,21 gegenüber.

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft ist geordnet.

## **1.3. Hinweise auf Risiken der künftigen Entwicklung**

Aufgrund der wirtschaftlichen Verhältnisse kann davon ausgegangen werden, dass der Fortbestand des Unternehmens gesichert ist. 2014 wird der Gesellschafterzuschuss die Verluste des Unternehmens aus dem Geschäftsbetrieb abdecken. Allerdings wird es auch künftig keine Überkompensation mehr geben dürfen, da die Bestimmungen der EU-Beihilferichtlinien beachtet werden müssen.

Nach meiner Beurteilung bestehen trotzdem keine bestandsgefährdenden Risiken oder sonstige Risiken mit wesentlichem Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage, die sich nachteilig auf den Geschäftsverlauf bzw. die Lage auswirken und somit die künftige Entwicklung des Unternehmens beeinträchtigen könnten.

## **2. Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind (Nachtragsbericht)**

**Vorgänge von besonderer Bedeutung, die Auswirkung auf die Lage des Unternehmens haben, sind nicht eingetreten.**

**Folgende bedeutende Projekte sind in der Umsetzung:**

- **Die neue Märchenszene „Meisterbäcker“ konnte rechtzeitig zum Saisonbeginn fertiggestellt werden.**
- **Der Neubau einer Lärmschutzwand entlang der Marbacher Straße wird aus baurechtlichen Gründen in den November 2014, nach der Saison, verschoben.**
- **Die Barocken Gartentage werden bereits zum 10. Mal durchgeführt. Mit über 160 Ausstellern ist die gesamte Ausstellungsfläche bereits vermietet.**
- **Die neue Strohsulpturenausstellung läßt auf eine Belebung der sonst schwachen Startwochen hoffen und eine Belebung der Osterzeit.**
- **Die Sendung „Grünzeug“ wird künftig auch in Rheinland-Pfalz ausgestrahlt, somit werden weitere potentielle Besucher für das Blühende Barock angesprochen.**
- **Das SWR4-Fest am 6. + 7. September 2014 wird dem Blühenden Barock landesweite Medienberichte in Presse, Funk und Fernsehen bringen.**
- **Die Vorbereitungen aller Großveranstaltungen laufen planmäßig.**

### **3. Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft (Prognosebericht)**

**Im Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2014 stehen Einnahmen von T€ 4.184 zuzüglich Verlustübernahmen der Gesellschafter von max. T€ 800 Aufwendungen von T€ 4.984 gegenüber.**

**Ziel des festgeschriebenen Wirtschaftsplanes ist es, im Geschäftsjahr 2014 ein ausgeglichenes Ergebnis auszuweisen.**

**Einen maßgeblichen Einfluss auf das Erreichen der gesteckten Ziele haben folgende Faktoren:**

- **Künftig wird es darauf ankommen, dass die Gesellschafter weiterhin die nicht zu vermeidenden operativen Verluste der Gesellschaft abdecken und gleichzeitig dafür sorgen, dass in vernünftigem Maß Investitionen möglich sind, laut mittelfristigem Investitionsplan.**
- **Der Trend zu Tagesausflügen ist ein stabiler Wirtschaftsfaktor. Der Markt ist stark umkämpft, deshalb ist eine klare Positionierung am Markt extrem wichtig.**
- **Der Märchengarten ist einer der Hauptanziehungspunkte im Blühenden Barock und muss weiterhin mit größter Sorgfalt gepflegt und, wie in den letzten Jahren praktiziert, behutsam ausgebaut werden.**
- **Die Medienpräsenz muss auf einem ganz hohen Niveau gehalten werden, denn nur so bleiben das Blühende Barock und das Residenzschloss im Blickpunkt der Öffentlichkeit.  
Dieses Ziel ist trotz eines knappen Werbeetats mit hohem organisatorischen Aufwand erreichbar. Ziel für 2015 ist es, mindestens eine Livesendung über 90 Min. im SWR-Fernsehen aus dem Blühenden Barock zu gewinnen.**

- **Die Gästezufriedenheit muss auch weiterhin das oberste Ziel des Besucherservice sein. Das ständige Hinterfragen des Detailangebotes und der Servicequalität sind unabdingbar, unterstützt von gezielten Besucherbefragungen und Servicetests, die wertvolle Hinweise auf mögliche Defizite geben.**

**Ludwigsburg, 28.04.2014**

**Volker Kugel  
Direktor**